

## КОНКУРЕНТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И ИХ ТРАНСФОРМАЦИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*К.А. Лунцевич, 1 курс*

*Научный руководитель – В.И. Жук, ст. преподаватель*

*Полесский государственный университет*

В экономической жизни общества конкурентные отношения имеют большое значение. Благодаря конкуренции происходит развитие производства, повышается его эффективности. В условиях конкуренции создается большой выбор разнообразных товаров и услуг для потребителей. Конкурентные отношения способствуют созданию на рынке новых товаров и услуг на основе последних достижений науки и техники. Конкуренция вынуждает производителей постоянно реагировать на изменения конъюнктуры рынка, повышать качество своей продукции для обеспечения ее лучшего продвижения на рынке по сравнению с аналогичной продукцией других производителей. Конкурентные отношения стимулируют деятельность субъектов рыночных отношений.

Проблема развития конкуренции на белорусском рынке имеет чрезвычайно важное значение. При решении этого вопроса необходимо учитывать особенности становления конкуренции в отдельно взятом государстве и особенности ее развития.

Целью исследования является рассмотрение теоретических основ организации конкурентных отношений и особенностей их развития в белорусской экономике. Для достижения поставленной цели определены следующие задачи: изучение сущности конкурентных отношений; выявление проблем развития конкуренции на белорусском рынке и поиск путей их решения.

Конкуренция (от лат. – *concurrentia* – состязание, столкновение) определяется как ситуация, в которой любой желающий что-либо купить или продать может выбирать между различными поставщиками или покупателями [1, с. 5].

Основными функциями конкуренции являются:

1. Функция регулирования. В ходе конкуренции решаются вопросы объема и назначения производимых товаров.
2. Функция мотивации. Риск получить убытки и стимул к эффективному использованию ограниченных ресурсов.

3. Функция распределения. Конкуренция позволяет распределить доход среди предприятий и домохозяйств в соответствии с их вкладом в экономическую деятельность.

4. Функция контроля. Конкуренция контролирует и ограничивает рыночную власть каждого предприятия, каждой отрасли[2].

Выделяют две основные группы методов конкуренции – ценовые и неценовые.

На современном этапе развития основными методами конкуренции являются неценовые, т.е. повышение технического уровня изделий и их потребительской стоимости.

В Республике Беларусь сформировалась уникальная сверхмонополизированная экономика, и для управления используются специальные формы и методы. На белорусском рынке отсутствуют конкурентные отношения в сфере материального производства, но успешно развиваются отношения в кредитно–денежной сфере, услуг, предприятий общественного питания, туристического бизнеса и т.д.

На уровень интенсивности конкуренции на белорусском рынке основное воздействие оказывают наличие административных запретов на ввоз и вывоз товаров в регион, личные связи между частным бизнесом и местными властями, которые создают благоприятные условия для отдельных производителей, но вызывают определенные трудности при выходе на рынок у предприятий, не обладающих такими возможностями. Значительное влияние оказывают также и технические барьеры, создаваемые большинством ведомственных структур (слишком строгие санитарно–гигиенические нормы, сложность процедуры получения лицензии, сертификации, таможенного оформления и др.), и неразвитость рыночной инфраструктуры (информационных систем, стандартизации, оценки качества продукции, кредитно–финансовых институтов, товарных бирж). К тому же в стадии формирования находится нормативно–правовая основа предпринимательства, что замедляет осуществление деловых операций и снижает эффективность конкурентных усилий участников рынка[3, с. 7].

Факторы, замедляющие развитие рыночных конкурентных отношений в Республике Беларусь: налоговая, кредитная, инвестиционная и ценовая политика государства, длительные сроки окупаемости капиталовложений, неплатежи, политика существующих на рынке структур; неразвитость рыночной инфраструктуры; ограниченность ресурсов, отсутствие навыков предпринимательской деятельности у администрации негосударственных предприятий, криминальные барьеры[4, с.250–252].

Для экономики Республики Беларусь характерно преобладание государственной собственности. В республике расширяется отраслевой монополизм вследствие образования межотраслевых монопольных структур. Белорусская монополия является инертной, со стандартными методами ведения хозяйства.

Для успешной конкуренции на белорусском рынке необходимо создать следующие условия:

- разгосударствление производственных предприятий;
- повышение числа производителей однотипной продукции;
- заинтересованность субъектов рыночной экономики в предпринимательской деятельности;
- наличие экономической свободы и полной самостоятельности в производственной и коммерческой деятельности хозяйствующего субъекта;
- свободное обращение земли и недвижимости как объекта продаж;
- беспрепятственное продвижение новых субъектов экономики;
- снижение влияния государства на формирование рынка.

Для повышения своей конкурентоспособности белорусские предприятия должны решить следующие задачи:

1. Совершенствовать маркетинговую деятельность, т.е.: совершенствовать организацию маркетинга; осуществлять поиск рыночных ниш, обнаруживать наиболее перспективные сегменты рынка, проводить позиционирование товара на рынке; учитывать спрос потребителей и создавать новые конкурентоспособные товары; учитывать конъюнктуру рынка и оперативно регулировать цены, создавать систему скидок, бонусов, гарантийного и послегарантийного обслуживания, постоянно искать новые перспективные рынки; осваивать внешние рынки; проводить эффективную рекламную кампанию и стимулирующие сбыт мероприятия, которые направлены на формирование предпочтений покупателей и предрасположение к предприятию и его продукции.

2. Улучшать финансовое состояние предприятия. Для этого: осуществлять мероприятия, снижающие затраты; ускорять оборачиваемость оборотных средств; при принятии управленческих решений проводить оптимизацию затрат.

3. Совершенствовать менеджмент. В целях этого: четко определить цели и задачи предприятия; выработать стратегии достижения заданных целей; улучшить организацию управления предприятием; разработать систему мотивации и стимулирования работников для эффективной деятельности.

В результате вышеизложенного можно сделать следующие выводы:

1. Конкуренция является наиболее дешевым и эффективным методом экономического контроля.

2. Государству принадлежит главная роль в регулировании конкурентных отношений в национальных границах. Так как именно от него зависит создание благоприятных условий для формирования и развития конкурентной среды.

3. В современных условиях важна не столько ценовая конкуренция, сколько конкуренция новых товаров и услуг.

4. Вопреки тому, что конкуренция из-за своего стихийного характера может вызвать побочные отрицательные экономические и социальные последствия, она является главным двигателем прогресса в современном мире, производства высококачественной и конкурентоспособной продукции.

#### **Список использованных источников**

1. Философова, Т.Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность / Т.Г. Философова, В.А. Быков. – М.: ЮНИТИ, 2008. – 296 с.

2. Роль конкуренции и ее функции [Электронный ресурс] / Экономическая теория, анализ и его применение. – 2012. – Режим доступа: <http://www.economy-plus.ru>. – Дата доступа: 06.03.2014

3. Целикова, Л. Конкуренция: методы оценки / Л.Целикова // НЭГ. – 2007. 5 апреля. – С. 7.

4. Райзберг, Б.А. Курс экономики: учебник / Под редакцией Б. А. Райзберга. – М.: ИНФРА, 2006. – 720 с.